

**Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan
Kaitannya dengan Media Sosial
(Studi Kasus: Siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga)**

Artikel Ilmiah



Peneliti :

Novita Elya Putri

602013002

1956

Program Studi Public Relation

Fakultas Teknologi Informasi

Universitas Kristen Satya Wacana

Salatiga

Agustus 2017



PERNYATAAN TIDAK PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Elya Putri
NIM : 602013002 Email : 602013002@student.uksw.edu
Fakultas : Fakultas Teknologi Informasi Program Studi : Public Relations
Judul tugas akhir : Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan Kaitannya dengan Media Sosial (Studi Kasus : SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga).
Pembimbing : 1. George Nicholas Huwae, S.Pd, M.I.Kom
2. _____

Dengan ini menyatakan bahwa:

1. Hasil karya yang saya serahkan ini adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar kesarjanaan baik di Universitas Kristen Satya Wacana maupun di institusi pendidikan lainnya.
2. Hasil karya saya ini bukan saduran/terjemahan melainkan merupakan gagasan, rumusan, dan hasil pelaksanaan penelitian/implementasi saya sendiri, tanpa bantuan pihak lain, kecuali arahan pembimbing akademik dan narasumber penelitian.
3. Hasil karya saya ini merupakan hasil revisi terakhir setelah diujikan yang telah diketahui dan disetujui oleh pembimbing.
4. Dalam karya saya ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali yang digunakan sebagai acuan dalam naskah dengan menyebutkan nama pengarang dan dicantumkan dalam daftar pustaka.

Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya. Apabila di kemudian hari terbukti ada penyimpangan dan ketidakbenaran dalam pernyataan ini maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan gelar yang telah diperoleh karena karya saya ini, serta sanksi lain yang sesuai dengan ketentuan yang berlaku di Universitas Kristen Satya Wacana.

Salatiga, 30 Agustus 2017


METERAI TEMPEL
46372/PEB66016231
6000
ENAM RIBURUPIAH
Novita Elya Putri
Tanda tangan & nama terang mahasiswa



PERNYATAAN PERSETUJUAN AKSES

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Novita Elya Putri
NIM : 602013002 Email : 602013002@student.uksw.edu
Fakultas : Fakultas Teknologi Informasi Program Studi : Public Relations
Judul tugas akhir : Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan Kaitannya dengan Media Sosial (Studi Kasus : SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga).

Dengan ini saya menyerahkan hak *non-eksklusif** kepada Perpustakaan Universitas – Universitas Kristen Satya Wacana untuk menyimpan, mengatur akses serta melakukan pengelolaan terhadap karya saya ini dengan mengacu pada ketentuan akses tugas akhir elektronik sebagai berikut (beri tanda pada kotak yang sesuai):

- ☒ Saya mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA
- b. Saya tidak mengizinkan karya tersebut diunggah ke dalam aplikasi Repositori Perpustakaan Universitas, dan/atau portal GARUDA**

* Hak yang tidak terbatas hanya bagi satu pihak saja. Pengajar, peneliti, dan mahasiswa yang menyerahkan hak non-eksklusif kepada Repositori Perpustakaan Universitas saat mengumpulkan hasil karya mereka masih memiliki hak copyright atas karya tersebut.

** Hanya akan menampilkan halaman judul dan abstrak. Pilihan ini harus dilampiri dengan penjelasan/ alasan tertulis dari pembimbing TA dan diketahui oleh pimpinan fakultas (dekan/kaprodi).

Demikian pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya.

Salatiga, 30 Agustus 2017.

Novita Elya Putri

Tanda tangan & nama terang mahasiswa

Mengetahui,

G. Nicholas H.

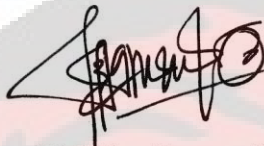
Tanda tangan & nama terang pembimbing I

Tanda tangan & nama terang pembimbing II

Lembar Pengesahan

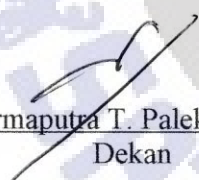
Judul Tugas Akhir : Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan
Kaitannya dengan Media Sosial (Studi Kasus: SMA Kristen
Lab Satya Wacana Salatiga)
Nama Mahasiswa : Novita Elya Putri
NIM : 602013002
Program Studi : Public Relations
Fakultas : Fakultas Teknologi Informasi

Menyetujui,

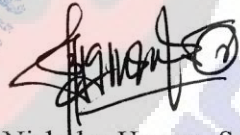


George Nicholas Huwae, S.Pd, M.I.Kom.
Pembimbing

Diketahui oleh,



Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.
Dekan



George Nicholas Huwae, S.Pd, M.I.Kom.
Ketua Program Studi

Dinyatakan Lulus tanggal: 24 Agustus 2017

Reviewer:

Zon Vanel, M.Si.



LEMBAR PERSETUJUAN

**Perubahan Perilaku Sosial Hedonisme pada Remaja dan
Kaitannya dengan Media Sosial
(Studi Kasus: Siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga)**

Oleh,
Novita Elya Putri
NIM: 602013002

ARTIKEL ILMIAH

Diajukan Kepada Program Studi Public Relations guna memenuhi sebagian dari persyaratan
untuk mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi

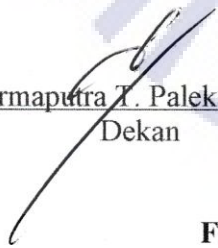
Disetujui oleh,



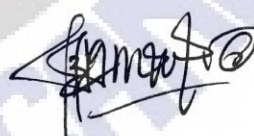
George Nicholas Huwae, S.Pd, M.I.Kom.
Pembimbing

Diketahui oleh,

1956



Dr. Dharmaputra T. Palekahelu, M.Pd.
Dekan



George Nicholas Huwae, S.Pd, M.I.Kom.
Ketua Program Studi

**FAKULTAS TEKNOLOGI INFORMASI
UNIVERSITAS KRISTEN SATYA WACANA
SALATIGA**

2017

1. PENDAHULUAN

Sekolah Menengah Atas (SMA) adalah jenjang pendidikan lanjutan setelah Sekolah Menengah Pertama (SMP). SMA dapat ditempuh dengan masa 3 tahun dimulai dari kelas X sampai dengan kelas XII. Pelajar SMA sendiri umumnya berusia 15-18 tahun. Menurut Hall, Masa remaja (*adolescence*): 12-25 tahun, yaitu masa topan-badai (*strum and drang*), yang mencerminkan kebudayaan modern yang penuh gejolak akibat pertentangan nilai-nilai. Seperti Rousseau juga, Hall berpendapat bahwa mendidik anak harus dengan cara memberinya kebebasan seluas-luasnya, karena perkembangan jiwa manusia tidak banyak dipengaruhi oleh lingkungannya, melainkan sudah digariskan oleh alam sendiri. Hall bahkan mengatakan bahwa remaja boleh mencari jalannya sendiri dan boleh mengkritik orang dewasa (Jensen. 1985. 39-45). Hal tersebut dapat diartikan bahwa pelajar SMA sudah termasuk dalam golongan remaja, dimana pada umumnya remaja yang sudah mengalami pubertas dan telah diberikan kebebasan banyak hal karena umur yang dianggap telah menginjak dewasa.

SMA Kristen Lab Satya Wacana, merupakan salah satu wajah modernisasi yang terjadi di kota Salatiga. Menjadi salah satu sekolah swasta ternama menjadikan SMA Kristen Lab menjadi sorotan masyarakat kota Salatiga. Tak hanya karena prestasi yang telah mengharumkan almamater tetapi juga perubahan sosial pada siswa. Dimana perubahan sosial yang nampak sangat mudah dikenali oleh masyarakat. Perubahan sosial yang kurang baik, sebut saja mulai munculnya sikap hedonis yang mulai muncul pada remaja. Sikap hedonis muncul dari faktor luar seperti lingkungan yang mulai merambah pola pikir remaja dimana remaja mulai merasakan bahwa mereka membutuhkan pengakuan dari orang lain. Pengakuan dari orang lain ini di dapatkan salah satunya dengan bergaya hidup mewah.

Adanya kemajuan teknologi informasi berhasil memunculkan media baru seperti internet, dimana di dalamnya terdapat media sosial yang hampir semua kalangan dapat mengakses dan memiliki tanpa terkecuali termasuk para remaja. Media Sosial dengan berbagai fasilitas dan kemudahannya kini menjadi primadona remaja tak terkecuali siswa SMA Lab karena mampu menampilkan gambar-gambar dan berbagai informasi yang selalu mengikuti jaman. Adanya iklan dan bumbu-bumbu promosi menjadikan media sosial hal yang merugikan jika sampai tertinggal berita. Semakin menarik gambar dan *caption* dalam postingan media sosial, semakin banyak pengunjung untuk mengunjungi suatu tempat untuk berfoto karena sedang naik daun, atau berbondong-bondong membeli suatu barang hanya karena ingin terlihat *hits* dengan mengenakan atau bahkan memiliki barang tersebut, bukan karena kebutuhan.

2. TINJAUAN PUSTAKA

2.1.1 Tinjauan Penelitian Sebelumnya

Penelitian tentang Pengaruh Intensitas Penggunaan dan Interaksi *Peer Group* terhadap gaya hidup hedonis remaja pengguna media sosial Path (Utary:2015) menjelaskan bahwa remaja dalam hal mengakses Path termasuk *medium user* dalam mengakses media sosial Path. Di dalamnya juga tertera

penjelasan bahwa ketika seorang remaja menggunakan media sosial path tanpa melakukan interaksi apapun, meskipun sering dan lama digunakan media sosial path justru tidak akan memberikan pengaruh apapun terhadap gaya hidup hedonis remaja tersebut, berbeda halnya ketika seorang remaja memutuskan untuk berinteraksi dengan *peer group* nya di media sosial path maka akan memberikan kecenderungan pengaruh pada gaya hidup hedonis remaja tersebut. Jurnal ini menggambarkan bahwa Intensitas Penggunaan dan Interaksi *Peer Group* berpengaruh terhadap gaya hidup hedonis sebesar 23,9% sedangkan sisanya 76,1% dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti.

Penelitian tentang Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Remaja Putri (Studi Kasus Komunitas Warung Bumi Ayu, Jalan Gunung Agung, Kota Denpasar) menurut Putu Ari (2012:6) berdasarkan penelitian terdahulu, dampak gaya hidup hedonism antara lain :

1. Menimbulkan tekanan secara tidak langsung di dalam diri pelaku hedonis yang dituntut agar tetap eksis serta mengikuti gaya hidup yang mewah meski di luar kemampuan.
2. Perubahan identitas si pelaku, di mana mereka seringkali menyangkal standar orangtua mereka dan memilih nilai-nilai teman kelompok atau sekawan.
3. Citra negatif dan rasa malu akan pengaduan dari warga sekitar akan menyudutkan orangtua mereka secara psikologi.

Penelitian terdahulu menurut Reishani (2015:2) dalam Pengaruh Teman Sebaya (*Peer Group*) terhadap Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Pelajar menjelaskan bahwa Ciri Hedonisme yang diamati adalah:

1. Penggunaan gadget yang berlebihan (intensif) dibandingkan teman yang lainnya.
2. Selesai pulang sekolah keluyuran dengan nongkrong dan jajan bersama teman atau berbelanja tanpa mengingat waktu, rata-rata dilakukan minimal 1x dalam 1 minggu.

Sedangkan penelitian dalam jurnal ini nantinya akan berisi mengenai perubahan perilaku sosial yang terjadi pada remaja usia 15-18 tahun (Studi Kasus: SMA Kristen Lab Satya Wacana) berkaitan dengan sikap hedonisme dan kaitannya dengan media sosial. Seperti yang dapat dipahami media sosial memiliki pengaruh yang besar dalam perubahan sosial remaja, seperti pola pikir, pola belanja dan penampilan. Serta peran guru juga ikut serta dalam penelitian ini nantinya.

2.2.2 Perubahan Sosial

Secara definitif, pengaruh sosial adalah usaha untuk mengubah sikap, kepercayaan (*belief*), persepsi, atau pun tingkah laku satu atau beberapa orang lainnya. (Cialdini, 1994 dalam Baron, Branscombe, Byrne, 2008). Aturan-aturan yang mengatur tentang bagaimana sebaiknya kita bertingkah laku disebut norma sosial (*social norms*). Manusia mencoba menyesuaikan diri dengan lingkungan agar dapat bertahan hidup. Cara yang termudah adalah melakukan tindakan yang sesuai dan diterima secara sosial. Melakukan tindakan yang sesuai dengan norma sosial dalam psikologi sosial dikenal sebagai konformitas. Konformitas adalah suatu bentuk pengaruh sosial dimana

individu mengubah sikap dan tingkah lakunya agar sesuai dengan norma sosial (Baron, Branscombe, Byrne, 2008).

2.2.2.1 Compliance

Compliance merupakan suatu bentuk perubahan sosial dimana perilaku yang dipengaruhi langsung orang lain atau yang disebut dengan pemenuhan keinginan. Contoh pengaruh sosial dengan bentuk *compliance* misalnya, teman memohon agar dipinjamkan uang, ketika pramuniaga menawarkan barangnya, perilaku calon anggota meminta agar dipilih ketika pemilu, permintaan pacar untuk dijemput, dll. Permintaan ini mengharuskan memilih dua hal, apakah menolak atau mengiyakannya.

2.2.2.2 Obedience

Selain dipenuhi oleh konformitas dan *compliance*, perilaku kita dalam kehidupan sehari-hari juga diwarnai dengan kepatuhan (*obedience*). Obedience merupakan salah satu jenis dari pengaruh sosial, dimana seseorang menaati dan mematuhi permintaan orang lain untuk melakukan tingkah laku tertentu karena adanya *power* (Baron, Branscombe, dan Byrne, 2008).

2.2.3 Bentuk Gaya Hidup

Menurut Chaney (dalam Idi Subandy, 1997) ada beberapa bentuk gaya hidup, antara lain:

1. Public Relations dan Journalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti (*celebrity based-culture*), para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. Dalam budaya konsumen, identitas menjadi suatu sandaran “aksesori fashion”. Wajah generasi baru yang dikenal sebagai anak-anak E-Generation, menjadi seperti sekarang ini dianggap terbentuk melalui identitas yang diilhami selebriti (*celebrity-inspired identity*)-cara mereka berselancar di dunia maya (Internet), cara mereka gonta-ganti busana untuk jalan-jalan. Ini berarti bahwa selebriti dan citra mereka digunakan momen demi momen untuk membantu konsumen dalam parade identitas.

2. Gaya Hidup Hedonis

Gaya hidup hedonis adalah suatu pola hidup yang aktivitasnya untuk mencari kesenangan hidup, seperti lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak bermain, senang pada keramaian kota, senang membeli barang mahal yang disenanginya, serta selalu ingin menjadi pusat perhatian. Dari uraian di atas dapat disimpulkan bahwa bentuk dari suatu gaya hidup dapat berupa gaya hidup dari suatu penampilan, melalui media iklan, modeling dari artis yang di idolakan, gaya hidup yang hanya mengejar kenikmatan semata sampai dengan gaya hidup mandiri yang menuntut penalaran dan tanggung jawab dalam pola perilakunya.

2.2.3.1 Aspek Gaya Hidup Hedonis

Menurut Well dan Tigert (Engel, 1993 dalam Rianton, 2012) aspek-aspek gaya hidup hedonis adalah:

1. Minat

Minat diartikan sebagai apa yang menarik dari suatu lingkungan individu tersebut memperhatikannya. Minat dapat muncul terhadap suatu objek, peristiwa, atau topik yang menekankan pada 9anya9 kesenangan hidup. Antara lain adalah fashion, makanan, benda-benda mewah, tempat berkumpul, dan selalu ingin menjadi pusat perhatian.

2. Aktivitas

Aktifitas yang dimaksud adalah cara individu menggunakan waktunya yang berwujud tindakan nyata yang dapat dilihat. Misalnya lebih banyak menghabiskan waktu diluar rumah, lebih banyak membeli barang-barang yang kurang diperlukan, pergi ke pusat perbelanjaan dan kafe.

3. Opini

Opini adalah pendapat seseorang yang diberikan dalam merespon situasi ketika muncul pertanyaan-pertanyaan atau tentang isu-isu sosial dan produk-produk yang berkaitan dengan hidup.

2.2.4 Media Sosial

Menurut Chris Garret, Media sosial adalah alat, jasa, dan komunikasi yang memfasilitasi hubungan antara orang dengan satu sama lain dan memiliki kepentingan atau kepentingan yang sama. Komunikasi dalam media sosial yang dimaksudkan tak hanya memudahkan berkomunikasi antara dua orang, tetapi juga memudahkan mereka untuk melakukan kegiatan jasa. Dengan adanya media sosial, banyak orang akan saling terhubung dengan mudah dimanapun mereka berada, mereka juga dapat memperoleh banyak informasi mengenai banyak hal dan juga dapat mempermudah proses perdagangan. Karena di era digital seperti ini peran media sosial sangat memiliki peran yang besar dalam berbagai hal, seperti perdagangan, penyebaran informasi dan gaya hidup.

2.2.5 Intensitas Penggunaan Media

Berdasarkan the graphic, visualization & usability centre (2008) menyatakan bahwa klasifikasi kelas berdasarkan intensitas penggunaan media adalah sebagai berikut :

1. > 40 jam / bulan : heavy user
2. 10 – 40 jam / bulan : medium user
3. < 10 jam / bulan : light user

Ekasari dan Arya dalam Utary, (2015:3) menyatakan Penggunaan media terdiri dari jumlah waktu yang digunakan dalam berbagai media, jenis isi media yang dikonsumsi, dan tingkat rutinitas atau keseringan individu mengkonsumsi media. Maka untuk mengetahui bagaimana intensitas penggunaan media, penelitian ini akan menggunakan intensitas berdasarkan

dua hal frekuensi dan durasi. Frekuensi yaitu tingkat keseringan mengakses suatu media, dan durasi yaitu lamanya waktu yang digunakan saat mengakses media yaitu durasi

2.2.6 Keterkaitan Media Sosial dengan Hedonisme

Masyarakat modern yang hedonis lekat dengan budaya. Ada tiga perspektif utama mengenai budaya consumer menurut Featherstone (1991). Yakni, *pertama*, budaya consumer di dasari pada premis ekspansi produksi komoditas kapitalis yang menyebabkan peningkatan akumulasi budaya material secara luas dalam bentuk barang-barang konsumsi dan tempat-tempat untuk pembelanjaan dan untuk konsumsi. Hal ini menyebabkan tumbuhnya aktivistas konsumsi serta menonjolnya pemanfaatan waktu luang (*leisure*) pada masyarakat kontemporer Barat.

Kedua, perspektif budaya *consumer* berdasarkan perspektif sosiologis yang lebih ketat, yaitu bahwa kepuasan seseorang yang diperoleh dari barang-barang yang dikonsumsi berkaitan dengan aksesnya yang terstruktur secara sosial. Fokus perspektif ini terletak pada berbagai cara orang memanfaatkan barang guna menciptakan ikatan sosial atau perbedaan sosial.

Ketiga, perspektif yang berangkat dari pertanyaan mengenai kesenangan/kenikmatan emosional dari aktivitas konsumsi, impian dan hasrat yang menonjol dalam khayalan budaya consumer, dan khususnya tempat-tempat kegiatan konsumsi yang secara beragam menimbulkan kegairahan dan kenikmatan estetis langsung terhadap tubuh.

Safitri (2013:67) mengatakan bahwa interaksi di suatu media bukan hanya memberikan pengaruh terhadap gaya hidup namun lebih spesifik pada gaya hidup hedonis seseorang. Selanjutnya, media yang mampu mempengaruhi gaya hidup hedonis tersebut dijawab oleh penelitian yang dilakukan oleh Sari (2013:16) yang menunjukkan bahwa telah terjadi perubahan pada perilaku gaya hidup pengguna media sosial Path di Unikom Bandung yang menjadi cenderung menganut gaya hidup hedonis. (Sari dalam Utari Octavianty 2015:2)

3. METODE PENELITIAN

3.1 Teknik Pengumpulan Data

Pada pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan wawancara, (Nazir, 1998) wawancara merupakan proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara si penanya atau pewawancara dengan si penjawab atau responden dengan menggunakan alat yang dinamakan *interview guide* (panduan wawancara).

Wawancara dalam metode kualitatif ini bersifat mendalam karena penulis menginginkan bahwa data yang ia dapat adalah akurat dan mendalam. Dalam penelitian ini, penulis akan mewawancarai Kepala Sekolah, Guru dan Siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga. Karena dalam penelitian ini penulis mengharapkan dari seluruh bagian sekolah untuk menyalurkan data sebanyak-banyaknya yang nantinya akan diolah oleh penulis.

3.2 Analisa Data

Jenis penelitian ini adalah jenis penelitian kualitatif. Analisis data dalam penelitian kualitatif, dilakukan pada saat pengumpulan data berlangsung, dan setelah selesai pengumpulan data dalam periode tertentu. Pada saat wawancara, peneliti sudah melakukan analisis terhadap jawaban yang diwawancarai. Bila jawaban yang diwawancarai masih kurang memuaskan, maka peneliti akan melanjutkan proses wawancara lagi sampai tahap tertentu sampai diperoleh data yang kredibel. Subyek yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga yang masih tergolong remaja berusia 15-18 tahun dimana para remaja di usia tersebut masih sangat aktif dalam menggunakan media sosial.

4. PEMBAHASAN

4.1 Lokasi Penelitian

Lokasi Penelitian dilakukan di SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga yang berada di pusat kota Salatiga, Jawa Tengah. Dimana SMA Lab memiliki berbagai macam karakteristik dan asal siswa, berada dalam naungan Satya Wacana. Subyek penelitian dalam penelitian ini adalah Kepala Sekolah, Guru dan juga beberapa siswa yang dibagi tiga macam kelas (5 siswa berasal dari Kelas Bahasa, 5 siswa berasal dari Kelas IPS dan 5 siswa berasal dari Kelas IPA) dimana peneliti membutuhkan Kepala Sekolah dan Guru selaku orang tua siswa di dalam sekolah, yang dalam keseharian memperhatikan perubahan sosial yang terjadi pada siswa dan juga para siswa SMA Lab dimana mereka yang mengalami perubahan sosial itu sendiri melalui media sosial. Untuk waktu penelitian sendiri, peneliti membutuhkan waktu tiga hari dimana dalam waktu tersebut masing-masing digunakan sesi wawancara siswa masing-masing selama 5-10 menit pada saat istirahat pertama, kedua dan saat pulang sekolah. Penelitian ini digunakan untuk mengetahui perubahan sosial remaja berkaitan dengan sikap hedonisme dan media sosial yang mereka miliki.

4.2 Perubahan Sosial

Dalam penelitian yang terjadi pada SMA Lab Satya Wacana perubahan sosial yang terjadi pada siswa adalah perubahan sosial *Compliance* dimana mereka mudah terpengaruh oleh ajakan teman untuk membeli suatu produk atau sekedar menghabiskan waktu luang untuk singgah ke kafe atau restoran. Meskipun tidak selalu pergi atau membeli, tetapi mereka mengakui bahwa memang seorang pribadi yang mudah dipengaruhi teman. Namun, semua itu bisa dipertimbangkan kembali berkaitan dengan jumlah uang dan waktu yang dimiliki. Tak jarang, ketika mereka menginginkan sesuatu mereka menyampaikan kepada orang tua mengenai keinginan mereka sebagai ijin.

4.3 Intensitas Penggunaan Media

Dari 16 siswa SMA Lab yang diwawancarai dapat ditemui hasil bahwa mereka merupakan *heavy user*, dimana *heavy user* adalah tingkatan tertinggi dalam intensitas penggunaan media. Dimana seseorang mengakses > 40 jam / bulan. Begitu juga yang terjadi pada siswa SMA Lab.

Dengan dimudahkannya informasi yang didapat melalui *gadget* dan media sosial, siswa menjadi memiliki pengetahuan yang luas dan tak terbatas. Hal yang paling sering untuk di cari dan lihat adalah mengenai gossip dan berita. Kedua hal tersebut merupakan informasi yang paling sering dikonsumsi oleh siswa. Biasanya, siswa mendapatkan informasi melalui media sosial seperti instagram, facebook, Line dan beberapa portal berita seperti *UC Browser* dan detik.com.

Dari hasil penelitian melalui metode wawancara juga dapat disimpulkan bahwa sebagian besar siswa suka berbagi atau *share* informasi yang mereka dapatkan guna menambah wawasan juga untuk teman lain. Hampir semua siswa juga beranggapan bahwa mereka mendapatkan efek bertambahnya informasi yang mereka miliki, sebagian kecil juga menambahkan bahwa media sosial merupakan hiburan dan penambah motivasi

Hampir semua subyek perempuan beranggapan bahwa informasi yang mereka dapatkan tidak bermanfaat, dengan kejujuran mereka beranggapan karena mereka tertarik mengikuti berita mengenai *infotainment*. Tidak terkecuali dari hal tersebut siswa telah merasakan bahwa informasi yang mereka dapatkan dari media sosial membuat mereka lebih berwawasan.

4.4 Analisa Data

4.4.1 Keterkaitan Perubahan Sosial dan Media Sosial

Perubahan sosial yang terjadi pada siswa dan siswi SMA Lab tergolong perubahan sosial *Compliance*. Perubahan tersebut merupakan perubahan sosial yang terjadi karena perasaan yang nyaman atau percaya terhadap seseorang. Biasanya karena hubungan pertemanan, tanpa paksaan. Perubahan sosial *compliance* ini sangat lazim terjadi pada masa SMA dimana mereka memiliki kebebasan karena dianggap beranjak dewasa.

Media sosial merupakan tempat bermain dan belajar yang baik, jika siswa mampu memanfaatkan dengan baik. Penelitian ini menjawab bahwa siswa SMA Lab hampir semua mudah terpengaruh oleh ajakan teman, dimana hampir semua siswa mengetahui informasi baru melalui akun media sosial *instagram*. Lalu membagi hal tersebut ke teman sekolah dan mempengaruhi teman sekolah untuk mencoba hal baru, tempat baru atau bahkan membeli produk baru.

4.4.2 Public Relations dan Jurnalisme Gaya Hidup

Pemikiran mutakhir dalam dunia promosi sampai pada kesimpulan bahwa dalam budaya berbasis-selebriti para selebriti membantu dalam pembentukan identitas dari para konsumen kontemporer. (Chaney dalam Idi Subandy, 1997), Adanya selebgram dalam instagram tentu sangat membantu produsen suatu produk untuk memasarkan produknya. Dalam *instagram* contohnya, ada banyak selebgram yang tiba-tiba muncul bukan karena prestasi yang ditorehkan tetapi karena sensasi yang mereka buat. Remaja manapun tak terkecuali siswa SMA Lab pasti mengenal betul beberapa selebgram tanah air seperti Awkarin, Anya Geraldine, Lula Lahfah, Rachel Vennya dan lain-lain. Tampil dengan pakaian masa kini dan memunculkan

fenomena *relationship goals* bagi para remaja. Tak lain dan tak bukan para produsen membutuhkan mereka sebagai seorang yang dikenal para remaja untuk melancarkan aksi promosi produk mereka, karena memang target marketing mereka adalah remaja. Nantinya akan berefek pada munculnya suatu tren serentak yang mampu menaikkan produksi suatu produk. Membuat remaja menjadi konsumtif demi mengikuti artis/selebgram yang sedang kekinian.

4.5 Analisa Keterkaitan Media Sosial dan Hedonisme

Kemajuan teknologi memudahkan kita mengakses media sosial seluas-luasnya. Semua informasi yang dibutuhkan, baik positif maupun negative semua dimiliki oleh media sosial tergantung cara masing-masing dari kita untuk menggunakannya. Informasi yang baikpun ketika kita tidak bijak menggunakannya akan tetap menjadi hal yang kurang baik untuk dikonsumsi. Sebut saja hedonisme, dalam hasil penelitian terhadap siswa SMA Lab membuktikan bahwa media sosial dan hedonisme memiliki hubungan persaudaraan yang sangat kuat. Di buktikan dengan media sosial mampu merubah pola pikir, pergaulan dan juga cara berpakaian dari siswa SMA Lab.

Seorang pelajar yang seharusnya mampu berpenampilan rapi selayaknya pelajar dapat dibuat goyah dengan fitur yang dimiliki oleh media sosial. Semakin hari informasi mengenai tren baru semakin banyak, dengan berbagai macam cara promosi yang tentu disesuaikan dengan barang yang dijual. Tahun 2016-2017 memiliki cara berpromosi lebih menggunakan sosok wajah baru yang dikenal remaja seperti selebgram daripada berpromosi menggunakan artis papan atas. Membuat siswa ingin meniru gaya wajah baru yang menuntut mereka *aesthetic* atau *relationship goals*.

Hedonisme berkaitan juga dengan pola belanja, dimana semakin lucu suatu barang maka semakin besar sikap konsumtif yang muncul. Menurut hasil wawancara, hampir semua siswa SMA Lab pengguna instagram merasa bahwa mereka memiliki sikap konsumtif. Mereka merasa harus mengikuti tren pakaian terbaru demi tampil keren masa kini. Memang tidak semua merasa seperti itu, tetapi mayoritas merasa bahwa pola belanja mereka sangat dipengaruhi oleh adanya media sosial.

Media sosial, hedonisme dan pergaulan. Beberapa siswa mengaku juga bahwa media sosial ikut andil dalam pergaulan. Beberapa Guru menyatakan bahwa dalam pergaulan biasanya siswa yang memiliki ekonomi cenderung di atas tampak memiliki grup sendiri ketika jam istirahat. Sesuatu yang tidak mengherankan memang ketika kalangan atas mencari teman yang memiliki ekonomi yang sama. Karena mereka merasa memiliki kesamaan ekonomi yang memudahkan untuk memiliki apa yang mereka miliki. Tetapi hal ini tidak selalu berdampak buruk, karena biasanya meskipun ekonomi mereka diatas ada juga yang mau menjalin pertemanan dengan siswa yang memiliki ekonomi di bawah. Biasanya dikarenakan siswa tersebut memiliki nilai akademis yang baik. Kesimpulannya mereka dapat saling menguntungkan. Mereka yang memiliki ekonomi di atas yang memiliki nilai akademis yang kurang mau bergaul dengan teman yang memiliki ekonomi di bawah namun memiliki nilai akademis yang baik. Mereka yang memiliki perekonomian baik mampu

membagi berkat mereka dengan teman yang memiliki ekonomi dibawah dan teman yang memiliki ekonomi dibawah dapat membantu menaikkan nilai akademis mereka.

4.5.1 Karakteristik Hedonisme

Baik disadari maupun tidak, semua orang memiliki sikap hedonis masing-masing. Siswa SMA Lab, yang tergolong masih remaja juga tak luput dari sikap ini. Dalam karakteristik Hedonisme yang ada, siswa SMA Lab tergolong Hedonisme Universal. Terbukti ketika para remaja mulai mengenal media sosial, jelas nampak sikap konsumtif yang kurang baik. Sifat konsumtif ini tidak untuk di nikmati sendiri, rata-rata mereka mengajak teman sebaya untuk memiliki sifat konsumtif dengan cara mengajak untuk pergi ke kafe atau tempat baru dan juga membeli suatu produk bersama. Mereka melakukan hal tersebut supaya hal-hal konsumtif tadi dapat dilakukan bersama orang lain.

4.5.2 Dampak Gaya Hidup Hedonisme

Berdasarkan hasil penelitian, dampak gaya hidup hedonis pada siswa SMA Lab adalah:

1. Memiliki rasa malu ketika diharuskan menggunakan produk yang memiliki merek kurang ternama.
2. Menjadi ajang untuk pamer, bersaing dengan teman.
3. Uang saku pemberian orangtua digunakan untuk membeli hal-hal yang kurang bermanfaat demi gengsi.

4.5.3 Ciri Hedonisme

Berdasarkan hasil penelitian, ciri hedonisme yang nampak pada siswa SMA Lab adalah:

1. Membeli sesuatu karena tren, bukan karena kebutuhan dan spesifikasi.
2. Merasa bergengsi ketika menggunakan barang dengan merek ternama. Karena remaja membutuhkan pengakuan dari orang lain jika mereka ingin dianggap setidaknya memiliki sesuatu yang mampu dibanggakan.
3. Menghabiskan waktu senggang dengan mengunjungi kafe minimal seminggu sekali.
4. Penggunaan gadget yang berlebihan, >40jam/bulan. Berdasarkan penelitian, siswa biasa membuka hal yang kurang bermanfaat selama membuka media sosial. Mereka cenderung membuka akun bukan untuk menambah wawasan tetapi untuk membuka suatu hal yang kurang bermanfaat seperti *infotainment* (otomatis mereka memiliki keinginan untuk menjadi sama dengan public figure), membuka tempat wisata atau kafe dalam kota yang sekiranya sedang naik daun dengan tempat yang bagus untuk foto. Mereka cenderung ingin meniru dan bersifat konsumtif dengan mengunjungi tempat yang telah disebutkan tadi.

4.5.4 Peran Guru dalam Perubahan Sosial Hedonisme

Dari hasil wawancara antara Penulis dan Kepala Sekolah serta Guru dari SMA Kristen Lab Satya Wacana Salatiga, menyatakan bahwa sosial media sangat mempengaruhi gaya hidup dan pola pikir siswa. Terlihat dari penampilan siswa yang mulai tidak taat aturan karena mengikuti tren masa kini. Tidak hanya membawa sikap konsumtif tetapi masih ada hal baik yang dapat diambil dari media sosial, menurut salah satu Guru menjelaskan adanya media sosial memang memiliki pengaruh yang besar tetapi dapat beliau manfaatkan sebagai wadah untuk membuka wawasan siswa melalui diskusi menarik pada saat pembelajaran. Diskusi berkaitan hal-hal yang sedang aktual, isu dalam negeri maupun luar negeri.

Berikut merupakan peran guru dalam pembelajaran di sekolah beserta tindakan yang dilakukan berkaitan perubahan sosial terkait hedonisme yang terjadi di kalangan siswa:

No	Peran Guru	Tindakan yang Dilakukan
1.	Guru sebagai Pendidik	<ul style="list-style-type: none">• Tak hanya mendidik di dalam sekolah, Guru juga meminta bantuan orang tua/wali siswa untuk memantau perubahan sosial yang terjadi pada siswa selama di rumah. Guru ingin mengingatkan bahwa orang tua juga memiliki peran yang besar dalam perkembangan anak, apalagi siswa SMA. Mereka memerlukan didikan yang baik dan juga perhatian supaya kelak menjadi anak yang baik.• Sebagai pendidik, guru tentu menginginkan siswa yang diampu menjadi baik dengan didikan yang baik. Tetapi tidak menutup kemungkinan jika ada pula siswa yang bertindak sesuka hati, biasanya guru akan menegur dan ketika siswa masih mengulangi perbuatannya (biasanya terjadi karena siswa memiliki penampilan yang kurang baik seperti rambut yang berwarna atau potongan rambut yang tidak selayaknya pelajar) tak segan jika setelah itu sekolah yang akan bertindak menyelesaikan.
2.	Guru sebagai Pengajar	<ul style="list-style-type: none">• Terkait dengan peran guru sebagai penasehat, guru memiliki cara

		sendiri supaya dapat di dengar oleh siswa. Ditambah juga guru SMA Lab yang mampu untuk mengikuti perkembangan jaman seperti memahami perubahan sosial yang terjadi. Melalui media sosial misalnya guru juga melakukan pengamatan melalui media sosial yang dimiliki supaya mampu mengikuti perkembangan jaman.
3.	Guru sebagai Pembimbing	<ul style="list-style-type: none"> Guru selalu membimbing siswa untuk selalu memiliki gaya hidup yang sederhana. Guru tak hanya membimbing tetapi juga mencontohkan melalui cara berpenampilan Guru SMA Lab sehari-hari. Selalu mengingatkan dan mengarahkan. Tak lupa Guru juga meminta supaya di rumah orang tua juga ikut berperan dalam perubahan sosial yang ada. Masing-masing wali kelas memiliki nomor telepon orangtua/ wali siswa supaya dapat terjalin hubungan yang baik dalam sama-sama membimbing anak didik.
4.	Guru sebagai Penasehat	<ul style="list-style-type: none"> Guru sadar betul bahwa menasehati remaja SMA bukanlah hal yang mudah. Memerlukan teknik tertentu supaya nasehat yang diberikan mampu diterima dengan baik oleh siswa. Salah satu caranya menggunakan sisipan nasehat dalam setiap hal yang dilakukan. Harus menggunakan cara yang sangat halus, tidak terlalu kentara bahwa Guru sedang memberi nasehat. Tidak juga disampaikan dengan suasana emosi.
5.	Guru sebagai Model dan Teladan	<ul style="list-style-type: none"> Dimulai dari contoh hal sederhana, SMA Lab tidak mengizinkan telepon genggam untuk aktif dalam pembelajaran. Guru biasa memberi contoh ketika masuk dalam pembelajaran tidak

		membawa telepon genggam ke dalam ruangan kelas tetapi ditinggal di ruang guru. Karena siswa dapat meniru tindakan Guru ketika terlihat jelas dalam ruangan kelas menggunakan telepon genggam.
6.	Guru sebagai Pendorong Kreatifitas	<ul style="list-style-type: none"> • Seperti yang telah dijelaskan di atas, beberapa guru menggunakan media sosial sebagai pembelajaran. Siswa diminta untuk menanggapi berbagai berita aktual yang sedang terjadi untuk ditanggapi di kelas. Tidak ada yang salah dalam menanggapi berita, guru menginginkan siswa untuk peka terhadap isu sosial dan mampu mengemukakan pendapatnya.
7.	Guru sebagai Emansipator	<ul style="list-style-type: none"> • Berkaitan dengan hal berbau hedonis, Guru SMA Lab mengajarkan siswa untuk berpikir secara Plural. Beliau mengajak siswa untuk berfikir bahwa semua siswa sama. Tidak ada yang membedakan. Karena semua sama di hadapan Tuhan.

5. Kesimpulan dan Saran

5.1 Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang dilakukan, berdasarkan pengambilan data melalui wawancara terhadap Kepala Sekolah, beberapa Guru dan siswa SMA Lab Kristen Satya Wacana dapat disimpulkan bahwa siswa SMA Lab termasuk siswa yang memiliki gaya hidup hedonis yang dipengaruhi oleh media sosial. Dimana dari semua sample siswa yang diwawancara mereka semua memiliki media sosial dengan intensitas penggunaan yang tinggi > 40 jam / bulan. Kolaborasi antara media sosial dan pertemanan menjadikan siswa SMA Lab mendapatkan hal yang kurang baik, seperti membicarakan hal-hal kurang bermanfaat seperti entertainment dalam media sosial yang nantinya akan menjadi bahan obrolan dan juga sikap konsumtif. Mereka selalu berkeinginan untuk membeli suatu produk yang diiklankan di media sosial. Apalagi munculnya selebgram-selebgram yang memunculkan tren terbaru membuat remaja menginginkan penampilan yang cenderung meniru seseorang yang sedang naik daun tersebut.

Peran guru dalam tindakan edukasi untuk mengurangi sikap hedonisme sudah sangat baik, dimana guru lebih mengedepankan contoh daripada nasehat

secara teori yang kemungkinan besar tidak akan dihiraukan remaja beranjak dewasa tersebut. Ada pula guru yang mengajak siswa untuk berpikir Pluralisme dimana masing-masing manusia itu sama, tidak ada yang membedakan. Meskipun memiliki ekonomi yang berbeda dalam SMA Lab tidak menutup kemungkinan bahwa semua siswa tidak membedakan perbedaan ekonomi. Justru menjadikan mereka saling melengkapi dengan kekurangan yang ada. Pihak sekolah tidak membimbing sendiri, para guru wali kelas selalu menjaga hubungan yang baik antara orang tua sehingga dapat memainkan peran masing-masing dalam mendidik anak.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian, penulis memiliki beberapa saran yang nantinya dapat berguna bagi siswa SMA Kristen Lab Satya Wacana untuk meminimalisir terjadinya sikap hedonisme yang berasal dari media sosial :

1. Kiranya peran orang tua penting dilakukan untuk membatasi sikap konsumtif remaja. Salah satunya dengan cara menanamkan pola hidup sederhana dalam kehidupan sehari-hari. Orang tua perlu mendampingi pengelolaan keuangan anak supaya mengetahui barang seperti apa yang dibeli anak dan manfaatnya.
2. Orang tua perlu menanamkan kerja keras kepada anak, supaya anak sadar bahwa mencari uang tidak mudah. Membuat anak akan berpikir lebih ketika mereka menginginkan sesuatu barang yang sekiranya tidak bermanfaat. Salah satu contoh, anak dapat diajarkan untuk menabung demi membeli barang yang diinginkan.
3. Guru dan orang tua dapat membantu anak supaya dapat memilah teman yang baik. Menanamkan sifat sabar dan tidak mudah iri atau terpengaruh oleh ajakan teman juga diperlukan. Bukan berarti membedakan teman, tetapi jika sekiranya teman yang kurang baik, cenderung mengajak hidup konsumtif sekiranya segera memberi jarak.

Daftar Pustaka

Baron, R. A., D. Bryne, dan N. R. Branscombe, 2008, *Social Psychology Edisi 12*, Boston: Pearson.

Ekasari, Putri dan Arya Hadi Dharmawan, 2013, *Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja di Pedesaan Departemen Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat, Institut Pertanian Bogor. Edisi April 2012, 57-71.*, Jurnal Sosiologi Pedesaan.

Engel, J. F. Balckwel, R. D. & Miniard, P. W, 1993, *Perilaku Konsumen. Jilid 1. Alih Bahasa : F. X. Budiyanto*, Jakarta : Bina Seni Rupa Aksara.

Featherstone, Mike, 1991, *Consumer Culture and Postmodernism*, Sage Publication Ltd: London.

Octavianty, Utary, 2015, *Pengaruh Intensitas Penggunaan dan Interaksi Peer Group Terhadap Gaya Hidup Hedonis Remaja Pengguna Media Sosial Path.*

Purwanti, Putu Ari, 2012, **Gaya Hidup Hedonisme di Kalangan Remaja Putri**, Universitas Udayana.

Safitri, Pranatiwi A. dan Sumedi P. Nugraha, 2013, **Hubungan Interaksi Media dengan Gaya Hidup Hedonis pada Remaja**, Skripsi pada Universitas Islam Indonesia Yogyakarta : Tidak Diterbitkan.

Sari, Ekky Puspita, 2013, **Hubungan Interaksi Media dengan Sosial Media Path di Kalangan Mahasiswa Unikom Kota Bandung**, Jurnal pada Universitas Ilmu Komputer Bandung.

Shafwati, Reishani Martia, 2015, **Pengaruh Teman Sebaya (Peer Group) Terhadap Gaya Hidup Hedonisme Dikalangan Pelajar**, Universitas Pendidikan Indonesia.

Subandi, Idi Ibrahim, 1997, **Lifestyle Ectasy : Kebudayaan Pop dalam Masyarakat Komoditas Indonesia**, Yogyakarta : Jalasutra.

The Graphic, Visualization & Usability Center, the Georgia Institute of Technology. 2008. [http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/\(25/09/2011\)](http://www.cc.gatech.edu/gvu/user_surveys/(25/09/2011))